

REUSSIR SA PRISE DE RDV PAR TELEPHONE

Enjeux

Gagner en confiance et décrocher des RDV plus qualitatifs.

Public

Tous collaborateurs commerciaux en intégration ou en perfectionnement.

Prérequis

Aucuns

Durée

2 jours soit 14 heures

Animation

François Coutier

Consultant expert en commerciale

Tarifs/Délais

Nous consulter

Sanctions

Certificat de réalisation

Renseignements

François Coutier

06 71 61 42 59

contact@assolem.com

www.assolem.com

OBJECTIFS

- Identifier les informations clés d'un prospect et prioriser ses actions
- Passer le barrage en adoptant la bonne attitude et le bon discours
- Convaincre son interlocuteur de nous recevoir en rdv (Tél ou physiques)
- Transformer une objection en opportunité de rdv ou de collaboration

CONTENU

Les conditions du succès au téléphone

- Les bonnes pratiques pour être efficaces
- La notion de verbal, para verbal et non verbal au téléphone. Leurs influences et comment s'en servir efficacement (entraînement)

La qualification téléphonique

- Introduire sa démarche auprès des prospects
- Collecter et retranscrire les infos clés en lien avec le CRM
- Les opportunités de rebond auprès de son interlocuteur final

Les différents styles d'approche

- Identifier les 4 styles d'attitudes possibles
- Adopter les bonnes attitudes selon les étapes clés. Favoriser l'assertivité

Solliciter et favoriser la prise de RDV plus facilement

- Passer le barrage efficacement
- Concevoir et adapter sa phrase d'accroche selon son propre contexte et les spécificités de son offre
- Savoir engager le client dans un processus de RDV

Répondre aux objections éventuelles

- Identifier les objections les plus probables (Accueil / Décideur)
- Adopter une méthode de traitement des objections et transformer celles-ci en opportunités.

Conclure son appel

- Valider les éléments clés

MOYENS PÉDAGOGIQUES / EVALUATION

- Apports théoriques. Le support pédagogique est remis aux stagiaires
- Mises en situations
- Méthodes mixant les échanges interactifs et les réflexions individuelles
- Ateliers de réflexions en sous-groupes
- Appels réels sur fichier prospects en prise de RDV
- **Evaluation des acquis** : En réel lors des appels individuels
- Evaluation de la formation par les participants
- **Réalisation d'un Plan Individuel de Progrès**